

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
KINERJA PASAR PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2013 – 2016**

**Emia Pepayosa Purba
Dewi Ratnaningsih**

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari 43-44, Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja pasar perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dihitung menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDIj). Sementara kinerja pasar diproksikan oleh Tobin's Q.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013 sampai dengan 2016. Melalui kriteria yang telah ditentukan, diperoleh total 360 perusahaan. Metode analisis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda (*multiple regression*). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi.

Hasil uji regresi yang dilakukan menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja pasar. Sedangkan variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Return on Assets* (ROA) tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja pasar.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility*, kinerja pasar

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, dampak sosial yang ditimbulkan oleh suatu perusahaan dari proses produksinya menjadi sorotan yang penting dalam kehidupan masyarakat. Hal tersebut mengakibatkan adanya tuntutan yang diberikan kepada perusahaan agar memperhatikan dampak sosial yang timbul dan bagaimana upaya perusahaan dalam mengatasinya. Salah satu kasus yang menarik perhatian yaitu terkuaknya kasus terkait *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Freeport dimana biaya *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diberikan kepada rakyat Papua disyalir tidak mencapai 1% dari keuntungan bersih PT. Freeport Indonesia. Namun rakyat Papua harus membayar lebih mahal dari kerusakan alam yang tidak ternilai (lampungpro, 22 Februari 2017).

Permasalahan yang menyangkut PT. Freeport tidak hanya soal setoran ke negara, tapi juga soal ketenagakerjaan dan peran perusahaan terhadap

kesejahteraan masyarakat Papua. Terkait ketenagakerjaan, tenaga kerja asli Papua PT. Freeport hanya berjumlah 30-36% dari 31000 pekerja. Hal tersebut tentu saja menimbulkan ketidakadilan bagi masyarakat Papua.

Bentuk ketidakadilan yang terjadi tersebut dapat memicu adanya gangguan dari pihak eksternal yang dapat mengancam bahkan menghentikan operasi perusahaan. Dengan demikian perusahaan bukan hanya dituntut untuk fokus pada perbaikan dan peningkatan kondisi internal perusahaan atau dalam artian mencari profit saja namun perusahaan juga dituntut untuk fokus dalam mengembangkan hubungan sosial pada kondisi eksternal perusahaan yang merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap para *stakeholder*.

Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) diartikan oleh *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Tidak dapat dipungkiri bahwa para *stakeholder* memberikan apresiasi yang lebih bagi perusahaan yang terlibat dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini didukung oleh Eipstein dan Freedman (1994) yang menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan, sehingga manajemen perusahaan saat ini tidak hanya dituntut terbatas atas pengelolaan dana yang diberikan, namun juga meliputi dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan terhadap lingkungan, alam, dan sosial. Peningkatan citra positif perusahaan sebagai salah satu keuntungan dari pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga merupakan alasan mengapa para investor lebih tertarik pada perusahaan yang melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Bagi perusahaan yang sudah *go public* atau emiten pasar modal, citra yang baik akan meningkatkan penilaian investor yang direfleksikan dalam kinerja pasar, dan pada akhirnya akan memudahkan perusahaan untuk menarik modal dari pasar modal. Kinerja pasar adalah kinerja perusahaan yang diukur oleh persepsi investor tentang seberapa baik keadaan suatu perusahaan, baik kinerja saat ini maupun proyeksi di masa depan yang tercermin melalui harga saham perusahaan (Brealey et al, 2007). Jika harga saham mengalami peningkatan maka akan memberikan ketertarikan tersendiri bagi investor untuk menanamkan modalnya, sehingga akan berdampak pada meningkatnya permintaan saham perusahaan tersebut. Peningkatan permintaan tersebut juga akan berpengaruh pada meningkatnya harga saham yang secara tidak langsung dapat meningkatkan kinerja pasar perusahaan.

Berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR), beberapa penelitian terdahulu telah mencoba untuk melakukan penelitian terkait pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja pasar. Pada penelitian yang dilakukan oleh Indrawan (2011), *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pasar perusahaan. Menurut Safitri (2015) mengatakan bahwa pengungkapan *sustainability report* berpengaruh

positif signifikan terhadap kinerja pasar. Lalu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Muallifin (2016) memberikan hasil bahwa *Sustainability Report* tidak berpengaruh terhadap kinerja pasar.

Penelitian ini merupakan pengujian kembali dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Inrawan (2011) yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan” dengan menggunakan proksi yang berbeda pada kinerja pasar. Proksi yang digunakan untuk mengukur kinerja pasar dalam penelitian ini adalah *Tobin's Q*. Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, peneliti mengambil judul “**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA PASAR PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2013-2016**”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempengaruhi kinerja pasar pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2016?

II. LANDASAN TEORI

Teori Stakeholders (Stakeholders Theory)

Stakeholder theory menyatakan bahwa semua *stakeholder* mempunyai hak memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan mereka (Freeman, 2001). Perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chairiri, 2007).

Teori *stakeholder* lebih mempertimbangkan posisi para *stakeholder* yang pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Kelompok *stakeholder* inilah yang menjadi pertimbangan utama perusahaan untuk mengungkapkan atau tidak mengungkapkan suatu informasi terkait kegiatan perusahaan. Dalam pandangan teori *stakeholder*, perusahaan memiliki *stakeholders*, bukan *shareholder* (Belkaoui, 2003). Kelompok *stakeholders* ini meliputi karyawan, pemasok, investor, pemerintah, konsumen, serta masyarakat.

Para *stakeholder* pada dasarnya memiliki kekuatan untuk mempengaruhi pemakaian sumber daya ekonomi yang ada di perusahaan. Oleh karena itu, “ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan beraksi dengan cara-cara yang memuaskan keinginan *stakeholder*” (Ullman 1982 dalam Ghozali dan Chairiri, 2007). Perusahaan melakukan wawancara terhadap para *stakeholder* untuk mengetahui keinginan-keinginan *stakeholder* dan menyusun strategi perusahaan untuk memuaskannya. *Corporate Social Responsibility* merupakan strategi perusahaan untuk memuaskan keinginan para *stakeholder*, makin baik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan maka *stakeholder* akan makin

terpuaskan dan akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya.

Corporate Social Responsibility

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Sedangkan menurut Putri dalam Untung (2008), *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan.

Kinerja Pasar Perusahaan

Kinerja pasar adalah kinerja perusahaan yang diukur oleh persepsi investor tentang seberapa baik keadaan suatu perusahaan, baik kinerja saat ini maupun proyeksi di masa depan yang tercermin melalui harga saham perusahaan (Brealey et al, 2007). Jika harga saham mengalami peningkatan maka akan meningkatkan minat investor untuk membeli saham tersebut sehingga permintaan saham juga ikut meningkat. Peningkatan permintaan ini tentu akan berpengaruh pada meningkatnya nilai pasar yang secara tidak langsung meningkatkan kinerja pasar perusahaan.

Pengembangan Hipotesis

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa semua *stakeholder* mempunyai hak memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan mereka. Perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chairiri, 2007).

Teori *stakeholder* lebih mempertimbangkan posisi para *stakeholder* yang pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Kelompok *stakeholder* inilah yang menjadi pertimbangan utama perusahaan untuk mengungkapkan atau tidak mengungkapkan suatu informasi terkait kegiatan perusahaan. Kelompok *stakeholder* ini meliputi karyawan, pemasok, investor, pemerintah, konsumen, serta masyarakat.

Perusahaan memilih untuk menanggapi banyak tuntutan yang dibuat oleh para *stakeholder* yaitu setiap kelompok di lingkungan luar organisasi yang terkena tindakan dan keputusan organisasi. Diharapkan dengan memenuhi tuntutan para *stakeholders* yang disalurkan melalui pengungkapan aktivitas CSR dapat

meningkatkan citra positif perusahaan dan kepercayaan para *stakeholders*. Citra yang baik tersebut akan meningkatkan penilaian investor terhadap kinerja perusahaan dan dapat memberikan ketertarikan tersendiri bagi investor untuk menanamkan modalnya, sehingga akan berdampak pada meningkatnya permintaan saham perusahaan tersebut. Peningkatan permintaan tersebut juga akan berpengaruh pada meningkatnya harga saham yang secara tidak langsung dapat meningkatkan kinerja pasar perusahaan.

Sejumlah riset menemukan bukti empiris mengenai korelasi positif antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan kinerja pasar perusahaan. Artinya, semakin tinggi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka semakin tinggi pula kinerja pasar perusahaan.

Penelitian yang mendukung adanya hubungan antara CSR dengan kinerja pasar perusahaan adalah penelitian Indrawan (2011) yang menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja pasar (CAR). Penelitian lain yang mendukung adalah penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2015) yang menyatakan bahwa pengungkapan *sustainability report* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pasar.

Sedangkan penelitian Muallifin (2016) menyatakan bahwa *sustainability report* tidak berpengaruh terhadap kinerja pasar. Hal tersebut diakibatkan oleh rendahnya pengungkapan *sustainability report* perusahaan yang membuat para *stakeholders* sulit mendapatkan informasi berkelanjutan perusahaan yang dibutuhkan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

Ha : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap kinerja pasar.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013 sampai dengan 2016.

Sampel

Sampel dari populasi perusahaan manufaktur akan dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu (Hartono, 2014). Kriteria yang digunakan adalah kriteria berdasarkan pertimbangan (*judgement*) tertentu. Kriteria-kriteria tersebut adalah sebagai berikut: (1) Perusahaan Manufaktur yang menyajikan laporan keuangan dan laporan tahunan secara rutin dan lengkap pada periode 2013 sampai dengan 2016 di Bursa Efek Indonesia; (2) Laporan keuangan disajikan dalam mata uang rupiah

Variabel Penelitian

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perhitungan CSRDIj dilakukan dengan memberikan skor 1

jika satu item diungkapkan dan 0 jika tidak diungkapkan. Rumus perhitungan CSRDIj adalah sebagai berikut (Haniffa, and Cooke, 2005) :

$$CSRDIj = \frac{V}{M}$$

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kinerja Pasar. Variabel ini diukur menggunakan rasio kinerja pasar yang diproksikan dengan *Tobin's Q*.

$$Tobin's Q = \frac{(MVE + Debt)}{TA}$$

Variabel kontrol dalam penelitian ini adalah profitabilitas yang diproksikan oleh *Return on Assets* (ROA).

$$ROA = \frac{Net Income}{Total Aset}$$

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji statistik deskriptif, uji normalitas, uji asumsi klasik (multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi) dan uji hipotesis (koefisien determinasi). Model pengujian pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan rumus seperti berikut:

$$Tobin's Q_{it} = \alpha + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 ROA + e$$

Keterangan:

Tobin's Q_{it} = Kinerja Pasar dengan proksi rasio Tobin's Q

CSR_{it} = *Corporate Social Responsibility*

ROA = *Return on Assets* (Profitabilitas)

α = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien Regresi

e = Error

IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Objek penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013 sampai dengan 2016. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, maka diperoleh 360 perusahaan manufaktur sebagai sampel penelitian.

Statistik Deskriptif

Tabel 4.1
Hasil Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KIN_PSR	360	.27	301.28	3.4172	18.16206
CSR	360	.00	.91	.0662	.10658
ROA	360	-.24	.66	.0535	.10382
Valid N (listwise)	360				

Sumber: data diolah (2018)

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah data dalam penelitian terdistribusi secara normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, dengan hasil awal data terdistribusi secara tidak normal. Oleh karena data terdistribusi tidak normal, maka perlu dilakukan *trimming* data yang bersifat *outlier*. Data yang dieliminasi karena bersifat *outlier* berjumlah 45 sampel. Hasil uji normalitas setelah *trimming* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Uji Normalitas

		Unstandarized Residual
N		315
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.22730360
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.076
	Negative	-.053
Kolmogorov-Smirnov Z		1.348
Asymp. Sig. (2-tailed)		.053

a. Test distribution is Normal

b. Calculated from data

Sumber: data diolah (2018)

Uji normalitas menunjukkan menunjukkan nilai Kolmogorov-Smirnov Z sebesar 1,348 dan dengan Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,053. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti data telah terdistribusi secara normal.

Uji Asumsi Klasik
Uji Multikolinearitas

Tabel 4.3
Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	CSR	.988	1.012
	ROA	.988	1.012

a. Dependent Variable : KIN_PSR
 Sumber: data diolah (2018)

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas karena nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		t	Sig.
1	(Constant)	8.757	.000
	CSR	1.887	.060
	ROA	-1.165	.245

a. Dependent Variable : ABS_RES1
 Sumber: data diolah (2018)

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas karena seluruh variabel memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Uji Autokorelasi

Tabel 4.5
Hasul Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.326 ^a	.106	.101	.22803	2.169

a. Predictors: (Constant), ROA, CSR
 b. Dependent Variable: KIN_PSR

Sumber: data diolah (2018)

Hasil uji autokorelasi menunjukkan tidak terdapat adanya autokorelasi positif maupun negatif karena nilai Durbin-Watson berada pada $1,82019 < 2,169 < 2,1798$.

Uji Hipotesis

Koefisien Determinasi

Tabel 4.6
Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.326 ^a	.106	.101	.22803

a. Predictors: (Constant), ROA, CSR

b. Dependent Variable: KIN_PSR

Sumber: data diolah (2018)

Model regresi memiliki nilai *Adjusted R²* sebesar 0,101 atau sama dengan 10,1%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel dependen kinerja pasar dapat dijelaskan sebanyak 10,1% oleh variabel CSR dan ROA. Sedangkan 89,9% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model regresi.

Tabel 4.7
Hasil Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.291	.039		7.487	0.000
	CSR	.146	.026	.302	5.613	0.000
	ROA	.026	.015	.094	1.738	0.083

a. Dependent Variable : KIN_PSR

Sumber: data diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.7, maka persamaan regresi penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{KIN_PSR} = 0,291 + 0,146\text{CSR} + 0,026\text{ROA} + e$$

Hasil pengujian menunjukkan variabel CSR berpengaruh terhadap kinerja pasar karena memiliki nilai signifikansi $< 0,05$. Variabel CSR memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pasar yang diproksikan oleh Tobin's Q dilihat dari hasil Beta yang memiliki nilai 0,146.

Pembahasan

Berdasarkan pengujian hipotesis di atas, maka dapat dilihat bahwa variabel independen *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pasar yang diproksikan oleh *Tobin's Q*. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka akan berpengaruh pada semakin tingginya kinerja pasar perusahaan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja pasar perusahaan. Perusahaan yang dipilih sebagai sampel penelitian adalah perusahaan manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013 sampai dengan 2016 berdasarkan *judgement* tertentu sehingga didapatkan total 360 sampel perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis statistik yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima, artinya *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap kinerja pasar perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka akan berpengaruh pada semakin tingginya kinerja pasar perusahaan.

Keterbatasan

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan yang mungkin dapat menimbulkan gangguan terhadap hasil penelitian. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya 10,1% variasi variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen.
2. Periode penelitian yang terlalu pendek yaitu hanya 4 tahun dari tahun 2013 hingga 2016.

Saran

Penelitian-penelitian selanjutnya terkait *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan kinerja pasar perusahaan dapat menambahkan variasi variabel lain sebagai proksi dari kinerja pasar perusahaan, mengingat masih ada 89,9% variasi variabel yang dapat menjelaskan variabel dependen kinerja pasar perusahaan. Selain itu, penelitian berikutnya dapat dilakukan dengan memperluas tahun penelitian dan menambah sampel perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Jihad, R. Saddam. (2017). *CSR Freeport: Antara Kebijakan Pemerintah dan Ancaman*. <https://www.lampungpro.com> (diakses pada 8 September 2017)
- Anggraini, Ratih. (2015). *Pengaruh Price Earning Ratio, Debt to Equity Ratio, Return on Asset, Current Ratio dan Firm Size terhadap Nilai Perusahaan*. Skripsi, Universitas Dian Nuswantoro.
- Belkaoui, A. R. (2003). Intellectual Capital and Firm Performance of US Multinational Firms: a Study of The Resource-Based and Stakeholder Views. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 4(2): 215-226.
- Black, et al. (2003). Board Composition, Managerial Ownership and Firm Performance: An Empirical Analysis. *The Financial Review*, November 1998, p: 33-34

- Brealey, R., Myers, S., and Marcus, A. (2007). *Fundamentals of Corporate Finance*. New York: McGraw Hill/Irwin.
- Debby, J.F., Mukhtaruddin, E. Yuniarti, D. Saputra, dan Abukosim. (2014). Good Corporate Governance, Company's Characteristic and Firm's Value: Empirical Study of Listed Banking on Indonesian Stock Exchange. *GSTF Journal on Business Review (GBR)*, Vol.3 No.4
- Eipstein, M. J., and M. Freedman. (1994). Social Disclosure and the Individual Investor. *Journal Accounting, Auditing and Accountability*, Vol. 7, No. 4, pp. 94-108.
- Freeman, R.E., and J. McVea. (2001). *A Stakeholder Approach to Strategic Management*. In: Hitt, M., Harrison, J. Freeman, R.E. (Eds.), *Handbook of Strategic Management*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Edisi 5). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., dan Chairi, A. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gupta, S., dan K. Newberry. (1997). Determinants of The Variability on Corporate Effective Tax Rates: Evidence from Longitudinal Data. *Journal of Accounting and public Policy* Vol 16 (1), pp. 1 - 34
- Haniffa, R. M., and Cooke, T. E. (2005). The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24, 391-430.
- Hartono, J. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Edisi 6). Yogyakarta, Indonesia: BPFE UGM.
- Indrawan, D. C. (2011). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan*. Skripsi, Universitas Diponegoro.
- Mardikanto, Totok. (2014). *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggungjawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Muallifin, Ovi Rizky (2016). Dampak Pengungkapan *Sustainability Report* Terhadap Kinerja Keuangan dan Kinerja Pasar. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* Vol. 5 No. 5
- Putra, I Gusti Bagus A. W. P. (2013). *Pengaruh Tingkat Pengungkapan Item Corporate Social Responsibility Terhadap Manajemen Laba*. Skripsi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Safitri, Dian Anggraeni. (2015). *Sustainability Report* Terhadap Kinerja Keuangan dan Pasar. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* Vol. 4 No. 4
- Sartono, Agus. (2010). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*, Edisi 4. BPFE: Yogyakarta
- Sawir, Agnes. (2004). *Kebijakan Pendanaan dan Restrukturisasi Perusahaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sukamulja, S. (2004). *Good Corporate Governance* Di Sektor Keuangan: Dampak GCG Terhadap Kinerja Perusahaan. *BENEFIT* Vol. 8 No. 1.
- Susilaningrum, Casimira. (2016). Pengaruh *Return on Assets*, Rasio Likuiditas, dan Rasio Solvabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Profita*, Edisi 8 Tahun 2016

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 *Penanaman Modal*
Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 *Perseroan Terbatas*
Pasal 74

Untung, H. B. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.

Wibowo, I (2014). Dampak Pengungkapan *Sustainability Report* Terhadap Kinerja Keuangan dan Kinerja Pasar Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XVII, Mataram, Lombok 24-27 September 2014*.

World Business Council For Sustainable Development (WBCSD). (2000). WBCSD's first report-Corporate Social Responsibility. Geneva.

Sumber Website :
www.idx.co.id

